

2024

行业研究系列报告

跨境电商行业研究报告

我国跨境电商规模迅猛发展，企业出海面临安全合规挑战



目 录

一、市场规模	1
二、发展现状	3
三、重点地区	6
四、重点企业	12

图、表目录

图 1	2015-2023 年中国跨境电商行业交易规模及增长率	2
图 2	中国跨境 B2C 电商渠道分布演变	4
表 1	我国跨境电商主要企业及品牌	12

我国跨境电商规模突飞猛进，2023 年进出口规模超 2 万亿元，2024 年一季度，中国跨境电商进出口 5776 亿元，增长 9.6%。全国跨境电商主体已超 10 万家，近年来涌现出一批上市公司，以及广州希音等全球独角兽企业。我国跨境电商从野蛮生长进入精耕细作阶段，出海平台面临地缘竞争、数据安全、知识产权、ESG、反垄断、本地化等相关风险。

一、市场规模

跨境电商狭义指跨境零售电商，分属于不同关境的交易主体，借助互联网达成交易、支付结算，并通过跨境物流将商品送达消费者手中的交易过程，包括：9610、1210、1239 等海关监管代码模式。广义的跨境电商，根据网经社定义，为电子商务在进出口贸易及零售中的应用，包括：进出口跨境电商（B2B 和 B2C）和相关建站、SAAS、供应链、物流、海外仓、支付、金融等服务商。

据网经社“电数宝”电商大数据数据库显示，2023 年中国跨境电商市场规模达 16.85 万亿元，较 2022 年的 15.7 万亿元同比增长 7.32%。2019-2022 年市场规模（增速）分别为 10.5 万亿元（16.66%）、12.5 万亿元（19.04%）、14.2 万亿元（13.6%）、15.7 万亿元（10.56%）。如下图所示。随着全球市场的不断扩大，跨境电商行业在 2023 年稳定发展。但随着跨境电商迈入全新发展阶段，平台流量红利见顶，跨境卖家正在积极寻找新的增量入口。

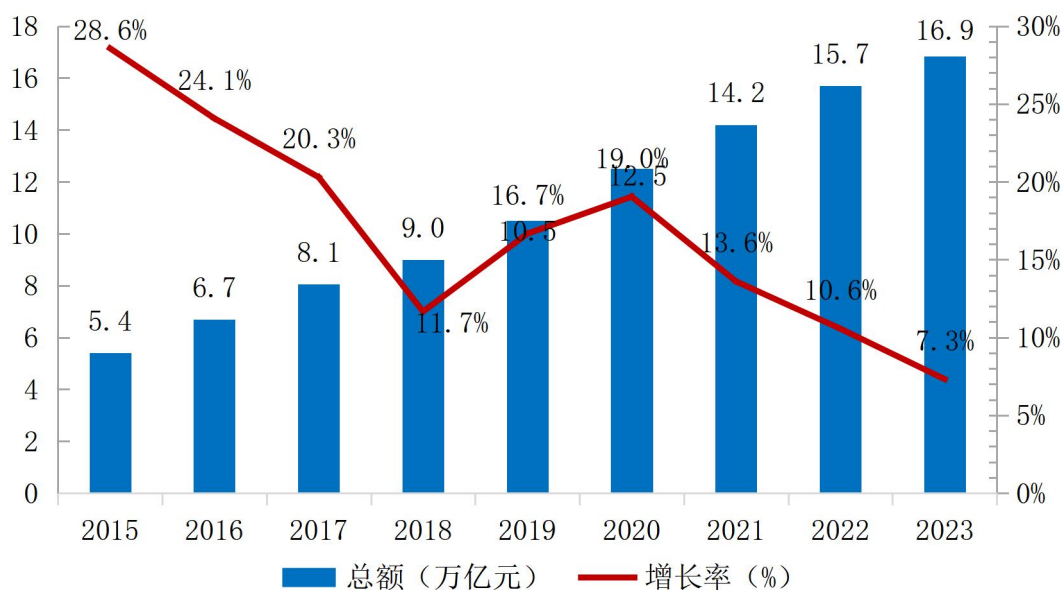


图1 2015-2023年中国跨境电商行业交易规模及增长率

资料来源：网经社《2023年度中国跨境电商市场数据报告》。包含了进口及出口跨境电商数据、上海证券研究所。

据网经社“电数宝”电商大数据数据库显示，2023年中国跨境电商交易额占我国货物贸易进出口总值41.76万亿元的40.35%。2019-2022年跨境电商行业渗透率分别为33.29%、38.86%、36.32%、37.32%，总体来说渗透率在稳步的提升。如下图所示。跨境电商渗透率与行业发展和传统贸易发展都息息相关，未来，随着全球化和数字化趋势进一步加速，以及跨境电商平台的不断创新发展，预计跨境电商行业渗透率将继续提升。

跨境电商持续“升温”，正成为我国发展最快、潜力最大、带动力最强的外贸新业态。据海关测算，2023年，我国跨境电商进出口总额2.38万亿元，增长15.6%。其中，出口1.83万亿元，增长19.6%；进口0.55万亿元，增长3.9%。出口额是进口额的3.3倍。海关总署统计数据显示，2024年一季度，中国跨境电商进出口5776亿元，增

长 9.6%；其中，出口 4480 亿元，进口 1296 亿元。据商务部公开数据显示，目前，中国跨境电商主体已超 10 万家，建设独立站已超 20 万个，出口涵盖从服饰鞋包、玩具家纺到电子数码、智能家居等大部分“中国制造”和“中国智造”的优势产品。伴随跨境电商的发展，海外仓、市场采购贸易、外贸综合服务等外贸新模式逐步兴起，传统贸易在 GPT 大模型等技术的应用下出现革新，“一带一路”和各类自贸区建设不断开拓外贸新增长点和新兴市场，截至 2023 年，中国海外仓已经超过 1800 个，中国的银行能为境内跨境电商经营者提供全链条全周期服务。我国与 29 个国家签署双边电子商务合作备忘录，跨境电商贸易伙伴遍布全球。自 2015 年起，商务部先后设立了 165 个跨境电商综试区，综试区内跨境电商产业园约 690 个，跨境电商综试区内企业的跨境电商贸易规模占全国的比重超过 95%。

二、发展现状

从渠道看，中国电商出海以亚马逊等海外成熟渠道为主，国内平台占比逐步扩大。我国出口跨境电商品牌企业一般依托亚马逊、阿里巴巴、eBay、Wish 等第三方平台经营业务，少数自建独立站。亚马逊、eBay 和 Wish 在内的海外平台占比 50%左右，以阿里速卖通为首的国内出海平台占比逐年扩大，从 17 年的 3%增长到 22 年的 10%，随着海外流量成本提升，竞争日益激烈，独立站份额有下降趋势。多数卖家布局自营网站主要为了避免过度依赖单一平台带来的风险。自营网站需要商家独立完成导流履约等环节，随着海外流量红利结束，流

量成本增加，对网站留存率和复购率要求更高，品牌商家商品质量更高、履约等客户体验更有保障，更容易沉淀复购率。

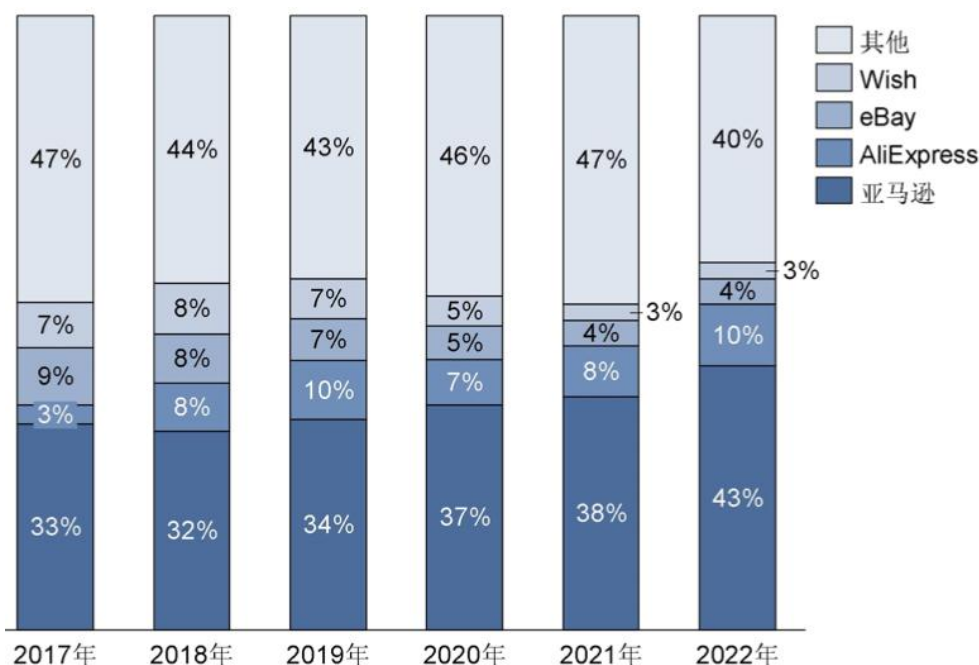


图 2 中国跨境 B2C 电商渠道分布演变

资料来源：弗若斯特沙利文，国信证券《跨境电商行业专题：电商深度研究系列三，电商平台出海时代到来-230731》。

我国跨境电商从野蛮生长进入精耕细作阶段。2001 年至 2012 年间，由于广州、深圳海关政策相对宽松、跨境物流价格低廉，部分流量敏感的中国商家利用 eBay、Google 平台流量红利将白牌商品销往海外，如深圳涌现出一批跨境电商大型企业，如通拓科技、傲基、有棵树、赛维时代等，通过“大量开店、海量铺货”迅速发展。同时兰亭集势等企业自建网站，凭借高毛利和低流量成本快速做大。2012 年起亚马逊、Wish 等平台开始在中国招商，为求增长给予商家大量扶持，巅峰期国内头部跨境电商企业年收入突破百亿元，如兰亭集势、

通拓科技、有棵树等纷纷上市。中东、东南亚等新兴地区电商快速崛起，同期国内互联网渗透率见顶，国内头部电商平台开始试水跨境电商，布局海外市场。2020年起，随着亚马逊、Shopify等海外平台的增速放缓，平台逐渐规范化，引导卖家向品牌化转型，大批铺货型卖家由于刷单等违规行为被冻结账号。2021年5月起亚马逊大规模启动刷好评封号，以向消费者索取虚假评论等为由，对平台上超过5万个中国卖家进行封店，中国跨境电商行业损失金额超千亿元，一批头部出口跨境电商企业受到影响。由于在亚马逊上的中国卖家中，深圳企业占了将近三分之一，部分头部企业如天泽信息（有棵树）、傲基、帕拓逊、通拓科技、泽宝、泽汇、赛维时代、蓝思科技、宝视佳、万拓等也在名单中，深圳企业受到的冲击最为严重。为规避单一平台风险，中国卖家将部分精力转向速卖通、TEMU等国内出海平台，同时也加强自营网站规避风险。此外，中国电商出海从商品输出发展为商业模式输出，TikTok Shop于2021年在东南亚、英国等地推出，目前已是东南亚头部电商平台；SHEIN则以品牌授权模式计划重新进入印度。

直播电商在东南亚迅速发展，在欧美地区呈现水土不服。中国直播电商崛起后，TikTok、亚马逊、Meta等纷纷跟进，希望能在直播电商快速发展的浪潮中抢到份额。当前东南亚地区TikTok Shop迅速增长，已成为东南亚前5大电商平台之一，根据国信证券引用The Information数据，预计2023年GMV将达到150亿元，增速达到240%。与之相比，欧美地区直播电商尚未迎来爆发，可能由于欧美零售业发

达，消费者的购物心智明确，认为社交媒体购物不专业。

出海平台面临地缘竞争、数据安全、知识产权、ESG、反垄断、本地化等相关风险。TikTok 数次面临美国政府要求剥离美国业务的压力。相关应用均受到美国政府关于数据泄露等多方指控。Shein、阿里速卖通均受到过欧美知识产权方面的指控，当前有关碳排放、员工权益保障以及其他 ESG 方面的监管要求也将日益严格。欧美地区对反垄断的监管严格，处罚力度大。由于贸易保护升温，跨境平台依靠商品出海的发展空间有限，到达一定水平后面临被边缘化或被抵制的风险，加强仓储和供应链本地化，充分授权当地管理层以加强经营决策质量和效率，才是长远经营之道。

当前我国跨境电商行业市场格局高度分散，销售规模整体偏小，行业集中度有待提高。由于产品性价比、产品质量和物流效率是影响消费者购物决定的主要因素，故对于跨境电商企业而言，供应链优化主要围绕提高产品性价比、产品质量以及物流服务的效率和准确性上。目前，国内的跨境电商在供应链各环节寻求突围。一方面，跨境电商企业深度参与供应环节，与原材料供应商、代工厂通过参股、协议等方式合作，缩短产品分销链条，并在供应商选择方面建立完善的认证体系。另一方面，跨境电商企业在设立海外仓的同时与各大物流公司合作，并逐步完善信息化系统保证对供应链各环节的控制，进一步优化成本结构，从单纯的低价优势转变到高性价比优势。

三、重点地区

截止 2022 年底，我国已批准 165 个跨境电商综合试验区，全面覆盖 31 个省份。2022 年 5 月底，商务部发布了 2022 年度跨境电子商务综合试验区考核评估结果，在前五批合计 105 个参评综试区中，上海、杭州、义乌、长沙、深圳、苏州、宁波、青岛、广州、成都等十地获评第一档“成效明显”。

——**深圳**。深圳被称为“跨境电商之都”，通过海关监管平台的跨境电商进出口额从 2017 年的 29.1 亿元增长至 2022 年超过 1900 亿元，保持年均 2.3 倍以上的高速增长。根据深圳市商务局数据，2023 年深圳跨境电商进出口额首次突破 3000 亿元，达 3265.3 亿人民币，同比增长超过 70%，为 74.4%。2023 年深圳跨境电商规模不断扩大，助力深圳外贸出口连续 31 年居内地城市首位。2024 年一季度，深圳跨境电商进出口额超过 1100 亿元，创同期新高，占到全国（5776 亿元）的 19%，进出口额整体增幅接近翻倍。根据网经社电子商务研究中心数据显示，2023 年深圳跨境电商卖家的数量超过 15 万家，在阿里巴巴国际站、速卖通、Lazada、eBay 等平台几乎占据了国内卖家的半壁江山，亚马逊的中国卖家也有三分之一来自深圳，共有 9 家跨境电商企业通过直接上市或者并购重组方式登录资本市场。深圳已吸引了抖音、京东国际、SHEIN、阿里巴巴、东南亚虾皮、俄罗斯 OZON、非洲 jumia 等国内外知名电商平台落户。目前，深圳拥有 16 个一级口岸，9 个跨境电商通关场站，口岸和场所的数量均为全国第一，“海陆空铁”跨境物流线路四通八达。35 个国际及地区全货机航点、4 条跨境电商空运专线、20 条跨境电商海运快线和 18 条中欧班列出口线

路有力支撑跨境电商“买全球、卖全球”。据统计，深圳企业在全球建设运营的海外仓数量超过 250 个，建设面积超过 280 万平方米，在 21 个广东省省级公共海外仓中，17 个由深圳企业建设运营。深圳跨境电商龙头企业纷纷自建独立站，2022 年深圳全年营业收入大于 1 亿元的独立站超过 20 个。大数据、营销、财税、教培、物流、法务等跨境电商专业服务业态发展势头强劲，涌现了易仓、领星、船奇、欧税通、辰海云等一批优质的专业服务企业。

——上海。2023 年，上海市跨境电商进出口实现 2623.9 亿元，同比增长 42.5%，2022 年上海跨境电商进出口 1841 亿元，同比增长 38.6%。近 6 年上海市跨境电商进出口持续保持着两位数增长的高速发展。截至 2023 年，上海市建有海外仓 138 个，总面积超 179 万平方米。从市场看，上海市跨境电商进口来源地超 170 个，达到 174 个国别和地区，出口国家和地区超 200 个，达到 226 个。根据上海市政府新闻办数据，截至 2023 年 3 月，通过上海跨境电商公共服务平台开展跨境电商业务的企业已超过 2 万家，且大多为小微外贸企业。

——广州。2023 年广州跨境电商进出口额达 2000 亿元，同比增长超 45%，占全市外贸进出口额近 20%；全市跨境电商实现了进出口规模 9 年增长 136 倍，进口规模连续 9 年全国第一。广州培育了上万家跨境电商卖家，集聚了 SHEIN、TEMU、TikTok、唯品会、洋葱、棒谷、哆啦等一大批国际知名、全国领先的电商平台和独立站。截至目前，广州综试区内贝法易、中远海运、高捷、卓志、洋葱、哆啦、品晟等企业建设海外仓 66 个，总面积 63.76 万平方米，覆盖全球 28 个

国家和地区，服务 8 万余名国内外客户。

——**宁波**。2023 年宁波全年跨境电商为 2302 亿元，同比增长 14.8%。规模位居全国城市前列。中国（宁波）跨境电子商务综合试验区评估结果为“成效明显”，综合排名蝉联第一档。截至 2023 年底，全市拥有跨境电商类企业约 1.7 万家。拥有鄞州集聚区、海曙众创空间、保税园区等 29 个特色跨境电商产业园区，以及慈溪家电、宁海文具、海曙服饰家纺、余姚家电、鄞州五金工具等 9 个省级跨境电商产业集群。菜鸟、京东、苏宁等平台相继在宁波设立进口保税仓，总面积突破 120 万平方米。截至目前，宁波有 69 家企业在全世界 23 个国家和地区建设经营海外仓 210 个，总面积达 328 万平方米，占全球六分之一。宁波综试区跨境电商网购保税进口连续 5 年位居全国第一，成为全国首个破千亿元大关的城市。

——**杭州**。2023 年杭州跨境电商进出口总额 1400.4 亿元，同比增长 16.4%。作为中国第一个跨境电商综试区所在地，杭州是全国最早开展跨境电子商务“小包出口”“直邮进口”“网购保税进口”、保税出口等业务试点的城市，并率先探索跨境电商退换货中心、“全球中心仓”、定点配送、“保税进口+零售加工”等新模式，已成为跨境电商制度创新策源地。杭州已集聚跨境电商服务商两千多家，跨境电商贸易联通欧美和“一带一路”新兴市场等 220 个国家和地区。杭州集聚了全国三分之二的跨境电商平台，其中不乏考拉海购、天猫国际、全球速卖通等具有国际影响力的平台。截至 2022 年底，杭州的跨境电商卖家数已超 10 万家，杭州跨境电商产业中销售额过亿元

的龙头企业达 157 家。诸如连连、PingPong、姆珉等全国领军的跨境支付机构，其总部均在杭州。截止 2022 年底，杭州已布局 206 个跨境电商海外服务点、335 个海外仓，面积 714 万平方米，面积和数量分别占全国的三分之一和六分之一。

——**义乌**。义乌 2023 年实现跨境电商交易额 1211.6 亿元，同比增长 11.8%，实现了两位数的快速增长。。各类跨境物流、贸易、电商主体共布局海外仓 206 个，运营总面积超 150 万平方米，覆盖俄罗斯、菲律宾、西班牙等 50 个国家 113 座城市。2023 年，义乌的市场经营主体突破 100 万户，其中新设电商主体 17.57 万户，同比增长 48.33%。电商主体数量累计约 60 万户，其中三分之一以上的电商，都在开展跨境电商业务，义乌的跨境电商主体超过 20 万。

——**青岛**。2024 年一季度全市跨境电商实现进出口规模 64.5 亿元，同比增长 58.7%。2022 年青岛跨境电商进出口总额 627 亿元，占全市外贸进出口比重 6.9%，总量稳居山东省首位，占山东省跨境电商进出口总额的 20%。根据有关报道，2022 年上半年，青岛市跨境电商市场主体数量已经超 6000 家，引入了唯品会、京东、天猫国际、淘宝全球购、考拉海购、豌豆公主等知名跨境电商平台，培育了近 50 家省级跨境电商主体，占省级跨境电商主体 30%以上；建成了 13 处可开展跨境电商业务的监管场所，近 20 万平方米跨境电商保税仓库；共有 30 余家企业在境外设立 60 余个海外仓，仓储总面积超过 28 万平方米。

——**成都**。2023 年成都跨境电商交易规模达 1059 亿元、增长

15.9%。目前成都跨境电商备案企业 2809 家，带动超 10000 家企业实际应用跨境电商。据成都海关统计，截至 2022 年 5 月底，成都关区共有 36 家企业、44 个海外仓在成都海关备案，总面积超过 30 万平方米。成都《跨境电商三年行动计划》提出，到 2023 年底，依托重点片区布局建设跨境电商产业园区 10 个以上，培育跨境电商优势产业带 5 个以上，集聚跨境电商备案企业 3000 家以上（其中交易规模超 10 亿元骨干跨境电商企业 3 家以上），带动实现交易规模 1000 亿元以上。

——长沙。长沙 2023 年实现跨境电商进出口交易额 406 亿元，同比增长 16.9%。全市共建设运营跨境电商特色产业园、孵化园 10 个，规模 2000 万元以上的跨境电商企业 110 家，其中有 2 家企业成功入选 2022 中国国际服务贸易交易会发布的中国跨境电商品牌企业 20 强。主要企业有安克创新（打造 Anker、Soundcore、Euf 三个年营收超 30 亿的自主品牌）、美迈科技（亚马逊排名第一的鞋类自创品牌电商，服务用户达 2000 余万）、KILIMALL（面向非洲的领先电商平台，非洲用户近千万）、华凯易佰、有棵树（ST）等。

——苏州。2023 年苏州跨境电商进出口额仅 124.7 亿元，占其进出口总额的 0.5%。苏州企业在亚马逊、速卖通、阿里国际站、中国制造网上的数量规模已居江苏省首位。苏州卖家在亚马逊、速卖通、阿里国际站的年度成交额规模也居江苏省榜首。2022 年大健云仓成功赴美上市，成为纳斯达克海外仓第一股。

——郑州。2023 年，郑州跨境电商进出口额达到 1250 亿元，增

长 10%，居中部地区第一，规模占河南省的 53.5%。截止 2022 年 7 月，郑州市开展跨境电商业务企业 8700 多家，中大门物流、易通跨境、开元国贸、易赛诺等本土综合服务企业发展态势良好，致欧家居成为亚马逊在欧洲最大家居卖家。

四、重点企业

我国跨境电商大型企业较多聚集在深圳、浙江（如宁波、杭州）、广州、上海等外贸发达的地区，各领域主要企业及品牌如下表所示。

表 1 我国跨境电商主要企业及品牌

类型		主要企业（基地）
出口跨境电商	B2B 类	阿里巴巴国际站、环球资源（香港）、中国制造网（南京）、敦煌网（北京、深圳）、大龙网（香港、北京、重庆）、拓拉思（宁波）、领工云商（重庆）、大健云仓（苏州）、宝信环球（东莞）、全球贸易通（宁波）
	B2C 类	平台： 亚马逊全球开店、eBay、全球速卖通（阿里巴巴旗下）、Wish、Shopee（新加坡）、Lazada（阿里巴巴东南亚电商平台）、Temu（拼多多海外版）、联络互动（A 股，Newegg 新蛋，杭州）等 卖家： SHEIN（广州希音）、安克创新（A 股，长沙）、跨境通（A 股，太原）、赛维时代（A 股，深圳）、深圳泽宝技术（隶属与 A 股佛山星徽股份）、深圳晨北科技（港股）、华凯易佰（A 股，长沙）、有棵树（ST，长沙）、通拓科技（深圳，隶属于 A 股义乌华鼎股份）、子不语（A 股，杭州）、兰亭集势（上海）、patpat、棒谷科技（广州）、致欧科技（郑州）、傲基（深圳）、三态股份（深圳）、遨森电商（宁波，IPO 辅导）、星商（深圳）、厦门吉宏股份（A 股）、深圳绿联科技、斯达领科（深圳）、澳鹏网络（西安）、全量全速（北京）、百事泰（深圳）等
进口跨境电商	B2B 类	行云集团（深圳天行云）、海弘集团（香港、广州）、深圳集采供应链、海带（杭州诚淘网络）、笨土豆（北京）等
	B2C 类	天猫国际、京东国际、洋葱集团（广州）、宝贝格子（北京）、55 海淘（上海）、亚马逊海外购、海拍客（杭州）、KK 集团（东莞）、

类型	主要企业（基地）	
	你好世界（杭州）、淘淘羊（宁波）、熊猫生活、识季（上海羽如）等	
跨境电商服务商	综合类	卓志集团（广州）、珊瑚跨境（杭州姆珉）、世贸通（宁波）、泛鼎国际（杭州）、海比电商（福州海比科技）、辰海集团（深圳辰海云）、Jet Commerce（杭州杰晞品牌）、易芽（广州易网创新）、来赞宝（深圳、杭州、山东）等
	物流类	纵腾集团（福州/深圳）、递四方（深圳）、中国外运、燕文物流（北京）、港中旅华贸、菜鸟物流、万邑通（上海）、递一国际物流（上海）、申通国际、至美通（深圳）、佳成国际（杭州）、深圳安骏物流、深圳西邮智仓（隶属于傲基）、芒果海外仓、飞盒跨境（杭州）、苏州海管家、运去哪（上海）、环世物流（上海）、出口易（广州）、斑马物联网（上海）、拓扑丝路（南京）等
	支付类	Paypal、PingPong、连连国际、空中云汇、派安盈、易宝支付、首信易支付、寻汇 SUNRATE、Skyee、豆沙包等
	SAAS 类	领星、店匠、易仓科技、积加、店小秘、欧税通、马帮 ERP、船长 BI、擎天全税通、深圳小满科技、爱客科技、客优云、稻米云等
	营销类	易点天下（A 股，西安）、力盟科技（港股）、浩方集团（深圳）、飞书深诺（上海）、杭州思亿欧、北京网聚星辰、外贸公社、邑炎科技（上海双击信息）、外贸牛（厦门谷道集团）、焦点科技（A 股，南京）、微盟集团（港股）、汇量科技（港股）、北京木瓜移动、

资料来源：根据网经社《2021-2022 年度中国跨境电商“百强榜”》等，深企投产业研究院整理。

企业简介

深企投产业研究院

深企投产业研究院是深企投集团旗下的高端智库，聚焦产业发展，服务区域经济，致力于为各地政府和园区提供产业发展落地方案。主营业务包括产业研究、产业规划、产业链招商策略、项目策划包装、项目评估等。产业研究院拥有来自北大、人大、南开、中大等经济学背景的产业研究专家，拥有长期跟踪研究区域经济和战略性新兴产业的产业研究团队，已为珠三角、长三角、海西、西南、西北等多个地区完成了数百个规划咨询和产业研究项目。

深企投产发集团

深企投产业发展（深圳）
股份有限公司

深企投产业研究院

深投促产业发展（深圳）
股份有限公司

厦门美知经济咨询
有限公司

业务

招商服务

- > 委托招商 > 招商培训
- > 招商办会 > 园区运营

产业智库

- > 产业规划 > 项目策划
- > 招商策略 > 项目评估

30 个+
委托招商区域

2000 家+
优质企业资源

1000 份+
行业研究报告

100 家+
咨询服务客户

产业咨询业务

产业规划

- 产业规划
- 专项规划
- 课题研究
- 园区规划

- > 佛山国家高新区顺德园“十四五”产业发展规划
- > 宁波镇海区重点片区产业发展规划
- > 龙岩国家高新区“十四五”产业发展规划
- > 漳州台商区龙池工业综合体产业发展规划
- > 惠州潼湖生态智慧区三大片区产业发展定位研究
- > 龙岩市新罗区能源互联网产业发展规划
- > 龙岩市南部新城文旅康养产业规划
- > 贵阳双龙航空港经济区临空产业发展定位研究
- > 龙岩市乡村旅游发展规划
- > 贵州黔南州大数据“十四五”发展规划
- > 南凤湾工业区产业发展规划
- > 宁夏泾源重点产业发展策略
- > 宁夏吴忠市“十四五”现代服务业发展规划
- > 惠州新能源汽车产业发展策略
- > 广东省商务厅世界500强企业对外投资专题研究
- > 贵阳市产业引导基金招商专题研究
- > 碧桂园潼湖科技小镇工业地产业规划
- > 大亚湾太东科技园产业发展规划
- > 蓬江区数字经济科创中心产业发展规划
- > 粤科-金茂智能装备产业园产业发展规划
- >

研究领域

新一代信息技术	高端装备	新能源	新能源汽车
新材料	生物医药	节能环保	航空航天
现代家居	现代食品	文旅康养	现代物流
商务服务	低空经济	机器人	医疗器械



产业链招商策略

- 智能传感器
- 新型消费电子
- 智能硬件
- 新型显示
- 5G通信
- 新型元器件
- 新材料
- 新能源
- 储能
- 生物医药
- 医疗器械
- 智能制造装备
- 智能专用装备
- 工业激光设备
- 冶金机械
- 轻工装备
- 工业机器人
- 新能源汽车零部件
- 现代家居
- 食品饮料
- 文旅康养
- 现代物流
- 总部经济
- 会展
- 互联网
- 商贸服务业
-

方法论



联系我们



商务合作：王女士 13168781866

座机：0755-82790019

邮箱：sqtcf@sqtcf.cn

网址：http://www.sqtcf.cn/

地址：深圳市福田区深南大道本元大厦 7B1